



笑顔のために 期待を超えて

トヨタ自動車株式会社
代表取締役副社長

加藤 光久

2011年に発表した「トヨタグローバルビジョン」は、トヨタがどのような企業でありたいのか、どんな価値観を大切にしていくのか、こうした企業のあるべき姿や、目指すべき道を明らかにしたものです。

このビジョンは、果実である「もっといいクルマ」と「いい町・いい社会」、木の幹である「安定した経営基盤」そしてそれを支える木の根である「トヨタ共通の価値観」で構成されています。

グローバルビジョンを策定した背景には、リーマンショックによる赤字転落や、リコール問題への反省がありました。

特にリーマンショックの後、赤字に転落した時には、

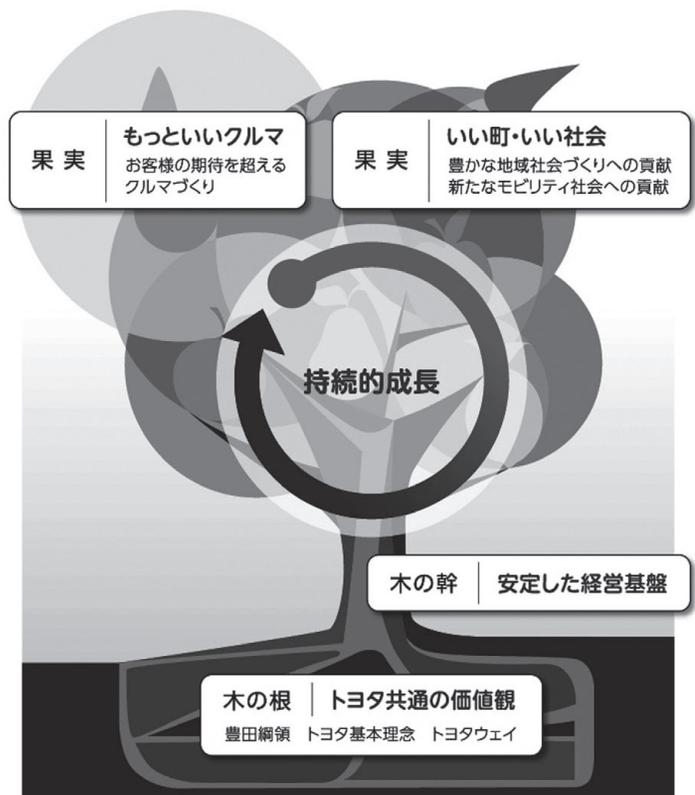
裾野の広い自動車産業では「急成長しても、急降下すれば多くの方々にご迷惑をおかけする。持続的に成長することが最も重要である」ということを学び、また「台数の拡大イコール成長ではない」ということを痛感しました。リーマンショックを契機に、トヨタが持続的に成長するための「もっといいクルマ」、お客様に喜んで受け入れていただけるクルマづくりに向けて、会社全体が大きく舵を切ったのです。

お客さまの期待を超える「もっといいクルマ」づくり

一口に「もっといいクルマ」といっても、お客様の使い方やクルマに求めるものは、様々です。



IS350 "F SPORT"



グローバルビジョン概念図

「あの場所に行ってみたい」「家族みんなで一緒に出かけたい」など、クルマにはたくさんの願いが詰まっています。その願いはお客様のライフスタイルや家族構成、お住まいの国や地域、クルマを運転するシーンなどにより違ってきます。

私どもは、お客様にしっかりと向き合い、その声に耳を傾けることが、「いいクルマ」づくりのスタートだと考えています。

トヨタの新たなクルマづくり

また、こうしたお客様によって異なる様々なニーズにより的確にお応えするために私たちが取り組んでいる一つのソリューションが

「Toyota New Global Architecture」略して「TNGA」です。

この取り組みでは、「商品力向上」と「原価低減」を軸に、一見、二律背反するものを同時に達成していき、お客様に喜んでいただける「いいクルマづくり」を効率良く行うことを目指しています。

クラウン マジェスタ

そして「お客様のほしいクルマ」を「お求めやすい価格」でご提供していこうと思います。

私はエンジニアとして、クルマがどんなに進化しても世界中の人々にとって、クルマが魅力ある存在、エモーショナルな存在であることは決して変わらないし、変えてはいけないことだと思っています。

高い品質、安全・安心、環境への配慮はもとより、ワクワク、ドキドキするクルマづくりを通して、一人ひとりのお客様に笑顔をお届けする。

トヨタは、「もっといいクルマ」をつくり続ける会社でありたい。

「笑顔のために。期待を超えて。」

